

РЕЦЕНЗИЯ

на монографию

«Прикладные методологические подходы и инновационные технологии в естественнонаучных и технических областях знаний»

(авторский коллектив: Акчурина Д., Богачева Е.В., Бойко А.Е., Ботенёва М.В., Гладских Н.А., Гулина Л.Л., Драбенко В.А., Драбенко В.А., Драбенко Д.В., Драгина О.Г., Куприянова О.П., Пучкова В.Е., Руднев В.В., Шехорин В.К.)

В современном мире, где все достаточно эффективно и интенсивно развивается в направлении информационных технологий и инноваций, понятие использование прикладных методологических подходов и инновационных технологий приобретает особую актуальность.

Монография «Прикладные методологические подходы и инновационные технологии в естественнонаучных и технических областях знаний» разработана на основе результатов научных исследований авторов.

В целом, работа представляет интерес как для специалистов в области проведения научных исследований, так и специалистов-практиков, а результаты выполненных исследований показали актуальность и своевременность для общества рассматриваемых вопросов в конкретных сферах науки и образования.

Монография включает в себя три главы, и шесть подглав каждая из которых представляет собой важное исследование или анализ, посвященный современным вызовам и перспективам в различных сферах деятельности.

В главе 1.1. рассматриваются используемые в настоящее время информационные технологии, применяемые в дистанционном образовании. Проведён сравнительный анализ цифровых платформ для обучения трёх стран: России, Белоруссии и Китая; выявлены сильные и слабые стороны подходов рассматриваемых стран.

В главе 2.1. рассматриваются основные направления и преимущества реновации оборудования в текстильной промышленности, раскрывая как технические, так и экономические аспекты данной темы.

В главе 2.2. приводятся результаты сравнения методов производства заготовок для осевого инструмента из быстрорежущих сталей. Описаны пути решения проблем, возникающих в процессе их изготовления. Даются рекомендации по улучшению процесса волочения.

В главе 3.1. автор рассматривает вопрос человекоцентричности как драйвера трансформации классических концепций управленческой экономики и экономики труда. Внедрение человекоцентричных технологий в систему управления организациями естественным образом опирается на теоретические концепты, присутствующие в экономических парадигмах, связанных с управлением человеческими ресурсами. Однако, новая реальность актуализирует пересмотр многих институционализированных ранее понятий. К ним относятся такие, как казалось ранее, аксиоматичные подходы к сущности управленческой экономики, экономики труда и др.

Практика субъектов экономики актуализирует востребованность комплексного, межпредметного похода к таким инновациям, как управленческая экономика труда.

Доказательство этой гипотезы явилось целью авторского исследования. Адаптация классических экономических концепций необходима для преодоления разрывов между теорией и практикой. Необходимо создание методологической основы для формирования такой системы работы с персоналом, которая бы учитывала в том числе интегральное согласование целей организации с интересами стейкхолдеров и помогала бы устранять возможные возникающие противоречия.

Человекоцентричные технологии могут выступить драйвером востребованной современностью трансформации.

В главе 3.2. автор рассматривает вопрос применения искусственного интеллекта в маркетинговых коммуникациях.

Маркетинг как дисциплина всегда стремился быть на острие технологий, и искусственный интеллект (ИИ) стал одним из самых значительных изменений в этой сфере за последние десятилетия. С развитием Big Data, мощных алгоритмов и вычислительных мощностей ИИ стал не просто инструментом, а центральной частью стратегии многих компаний. Он меняет правила игры, предлагая новые подходы к созданию, продвижению и управлению брендами.

ИИ в маркетинге открывает перед компаниями уникальные возможности: анализировать большие объемы данных в реальном времени, выявлять инсайты, которые раньше были недоступны, и создавать контент, максимально персонализированный для каждого клиента. Эта глава рассмотрит ключевые аспекты использования ИИ в маркетинговых коммуникациях, его преимущества, ограничения и перспективы.

В главе 3.3. авторы рассматривают вопрос ценообразования лекарственных препаратов, используемых в частной стоматологии, на примере региона Центральной России. Сегодня существует много разных препаратов, используемых в стоматологии для местной анестезии. Была поставлена задача изучить существующие препараты для анестезии и выделить из них самые лучшие и популярные. Используя графики и диаграммы, был сделан вывод какой из анестетиков больше всего пригоден и выгоден для использования в стоматологии.

В целом, монография отражает современные научные взгляды на текущее состояние обозначенных проблем и представляет собой целостную картину научного исследования с последовательно и убедительно аргументированными данными.

Полнота проведенных исследований подтверждается обширным библиографическим списком, который содержит современные фундаментальные работы как отечественных, так и зарубежных авторов, что создает положительное впечатление о монографии в целом.

Представленная монография станет полезным ресурсом для академического и практического сообщества, помогая в разработке новых стратегий, повышении эффективности управления и создании условий для устойчивого развития в мире, который постоянно меняется.

На основании изложенного, следует отметить, что рецензируемая монография может быть рекомендована к публикации.

Рецензент:

к.экон.н., доцент кафедры «Менеджмента»

Адыгейского государственного университета



Е.А. Бюллер

20.12.2024 г.